

# 실내건축업계의 리모델링에 관한 현황분석연구

## A Study on the Remodeling Market of the Interior Architecture Industry

김경숙\* / Kim, Kyung-Sook

이윤선\*\* / Lee, Yoon-Sun

김재준\*\*\* / Kim, Jae-Jun

### Abstract

Even though the Korean interior architecture market has constantly developed in the past on the basis of the economic and social growth, it has had a tough time for varied reasons since 1998.

Restructuring in the construction industry is required due largely to both the lack of market demand which resulted from the foreign exchange crisis and managerial trouble which is getting worse as time goes by. In actual, as the social necessity for remodeling in skyrocketing, the remodeling is getting more acclaim. That is because old architecture generates a great amount of architectural trash, and it is necessary to look for ways to save the energy. In the wake of these situations, the remodeling industry is drawing attention as an alternative to the marketable limitations of the existing construction industry. However, it is true that the remodeling market has yet to be activated decisively.

Accordingly, the purpose of this paper is to provide a basis for entering into and activating the remodeling market of the interior architecture industry by analyzing the scale and recent conditions of the remodeling sector.

키워드 : 리모델링, 에너지 절감, 노후 건축물, CEO

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 목적 및 의의

1965년 중반부터 시작된 우리나라의 실내건축업계는 시대별로 경제사회의 변화와 함께 많은 발전을 해왔지만, 1998년부터 많은 요인에 의해 실내건축업계가 어렵게 유지되고 있다.

특히 건설시장은 외환위기로 인한 물량부족과 갈수록 심화되는 경영난으로 구조조정 상황에 직면하고 있다. 이러한 기존 시장의 한계에 대한 대체시장으로 리모델링 시장이 부각되고 있다. 또한 노후 건축물의 증가, 재건축에 의한 건축물 쓰레기, 에너지 절감 대책 등으로 사회적 필요성과 인식이 급격히 증가하고 있다. 이에 대해 대형건설업체에서는 리모델링 전담부서를 두어 이미 진출하고 있고 곧 중소건설업체도 특성을 살려 리모델링 사업을 시작할 것으로 예측되고 있다.

그동안 리모델링은 건물의 기존 시스템의 활용과 변경이라는 행위로 실내건축업체들이 담당하는 시장 영역으로 인식되어 왔다. 시장 영역은 크지 않으나 예산 및 규모의 범주 안에서 개·보수 작업의 노하우를 쌓아왔다. 그러나 점차적으로 증대되는 리모델링 시장을 실내건축업계에서도 체계적으로 준비하여야 할 것이다.

이에 본 논문에서는 실내건축공사업체의 리모델링 시장 진출 및 활성화를 위한 기반을 제공하는 것을 목적으로 리모델링 시장의 규모와 현황을 분석하고자 한다.

### 1.2. 연구의 방법 및 범위

본 연구의 진행순서 및 방법은 다음과 같다.

첫째, 관련 연구 및 기술동향을 분석하여 리모델링 시장의 정의 및 성장배경을 정리한다. 둘째, 1998년~2000년도 실내건축공사업체의 실적을 조사하여 현황을 분석한다. 마지막으로, 리모델링 시장에 대한 인식 및 개선방안을 도출하기 위해 설문 조사를 실시한다.

\* 정회원, 동원대학 실내건축과 부교수

\*\* 정회원, 한양대학교 건축공학과 박사과정

\*\*\* 정회원, 한양대학교 건축공학과 부교수

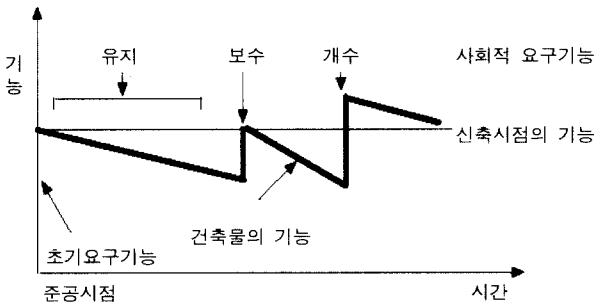
본 연구에서는 1998년~2000년도 실내건축공사업체의 시공 능력 1~100위 업체의 CEO들을 대상으로 리모델링에 대한 인식 및 전략에 대해 조사하고자 한다.

## 2. 리모델링 시장의 현황

### 2.1. 리모델링 시장 정의 및 범위

건물 개·보수를 뜻하는 용어로 리모델링(remodeling), 리노베이션(renovation), 리뉴얼(renewal), 리폼(reform) 등이 주로 사용되고 있다. 일본에서는 건물 개·보수를 통칭하는 용어로 리폼이 정착되고 있으며 미국에서는 리모델링이 보편적으로 사용되고 있다. 건설교통부는 최근 건축법 시행령 개정안을 발표하면서 기존 건축물의 개보수를 뜻하는 영어표현으로 리모델링을 사용했다. 따라서, 포괄적으로 리모델링 시장이라고 정의한다.<sup>1)</sup>

리모델링은 신축에 대비되는 개념으로 건물의 유지·관리·개수와 관련되는 모든 활동을 포괄한다. 리모델링 건설 시장은 기존 시설물의 기본 골조를 유지하면서 시설의 노후화를 억제하거나, 그 기능을 향상시켜 건축물의 물리적·사회적 수명을 연장하는 일체의 활동 영역을 포괄하는 시장을 의미하는 것으로 정의할 수 있다. 이러한 리모델링 관련 활동들을 보다 명확하고, 구체적인 개념으로 정의하여 보면 <그림 1>과 같이 유지, 보수 및 개수의 세 가지 영역으로 구분할 수 있다.



<그림 1> 리모델링의 개념도<sup>2)</sup>

### 2.2. 리모델링 시장 성장 배경 및 규모

이러한 리모델링 시장은 21세기에 가장 유망한 신건설 시장으로 주목받고 있다.<sup>3)</sup>

서구 선진국의 경우 신축시장은 거의 정체 상태에 머물러 있는 반면, 재고 건축물을 대상으로 하는 리모델링 시장은 전

체 건설시장의 약 40%를 차지하고 있다.<sup>4)</sup>

일반적으로 건축물이 내용연수는 44~55년임에 비해 통상 건물내 구조물 또는 부품의 사용가능 내용연수는 10~20년 등 다양하게 나타나는데 평균적으로 신축후 15~20년된 건물은 개수에 해당되는 리모델링 사이클에 진입하는 것으로 간주한다. 특히 우리나라의 경우 60년대 이후 도시화 및 산업화의 진전에 따라 업무용·주거용·공업용 등 건축물의 재고가 축적돼 전체 재고건축물의 25%가 리모델링 대상이 된다. 노후건축물의 증가와 함께 에너지 고효율화 요구와 정보화, 쾌적화 및 공간활용 욕구의 변화, 경제적 타당성 증대 등은 리모델링 시장의 성장을 촉진시키고 있다.<sup>5)</sup>

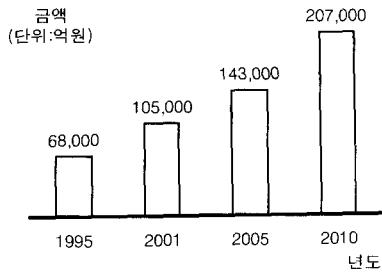
이렇게 리모델링은 신축시장을 대체하는 성장시장이고 상황 및 요구의 수준, 내용과 특성이 다양하다. 현재 관련 업계 및 전문가들로부터 리모델링의 가장 전망 있는 사업으로 선정된 오피스 빌딩(50%)의 경우 리모델링이 활성화되는 원인을 살펴보면 정보화 사회의 대응, 입주자의 근무 환경 개선, 에너지 고효율화를 통한 유지 관리비 절감 등의 필요성이 높고, 특히 발주처의 투자 마인드 및 투자비 조달이 타 분야에 비해 상대적으로 유리한 것이 이유인 것으로 분석된다. 다음으로 유망한 시장으로는 아파트(33%)를 꼽고 있는데, 특히 고층 아파트의 경우 재개발을 하더라도 기존 연면적을 크게 넓히기가 곤란하여 소유주나 공급자에게 모두 경제적 매력이 떨어지기 때문에 리모델링 사업을 선호하는 경향을 보이고 있다. 오피스 빌딩과 아파트 다음으로 상가(10%)가 유망한 것으로 분석된다. 일반적으로 상가의 노후화는 임대료와 임대가의 하락을 유발하고 급기야 슬럼화 현상을 유발하므로 리모델링 사업이 필요한 것으로 전망되고 있다.<sup>6)</sup>

이렇게 리모델링 시장의 성장성이 전망되고 있는 반면, 그동안 리모델링 사업의 수익성과 타당성이 입증되지 않아 많은 업체들이 조직편성 및 수주활동을 미뤘었다.<sup>7)</sup> 그러나 건축관련 규제완화와 주택부문 금융·조세관련 지원 정책등 정부차원의 지원<sup>8)</sup>이 예상된다면 리모델링 시장은 앞으로 높은 성장을 이룰 것이다.<sup>9)</sup>

1)윤영선·박용석, 리모델링-유지 관리 및 개·보수 영역의 새로운 시장 수요, 건설광장, 39호, 1999.  
2)윤영선, 리모델링의 개념과 용어 정의, 한국건설산업연구원, 2000, p.9.  
3)한국건설산업연구원에서 실시한 300대 건설업체 최고경영자(CEO)의 설문조사에서 향후 건설시장이 보다 세분화될 것이라고 전망하고 국내 시장에서는 환경관련사업과 리모델링, 대형 SOC 토목사업, 재개발·재건축, CM 등이 유망하고 해외에서는 도로, 주택개발, 유헤 플랜트, 발전소, 항만 등이 유망할 것으로 내다봤다-내외건설. 2001. 5.18자 보도.

4)윤영선, COVER STORY 새 천년-건설산업의 비전, 건설광장, 46호, 한국건설산업연구원, 2000.  
5)건설산업위기관리 및 건설수요 창출세미나, 대한건설협회광주시회, 광주일보. 2000.10.14자 보도.  
6)윤영선·박용석, COVER STORY 리모델링 시장이 다가온다, 건설광장, 39호, 한국건설산업연구원, 1999.  
7)매일건설. 2001.5.2자 보도.  
8)건설부는 무분별한 재건축을 막고 대신 리모델링으로 유도하기 위해 현행 준공후 20년으로 돼 있는 아파트 재건축 허용기준을 연장하고 견결율·용적률·높이제한 등 리모델링을 제약하는 건축기준을 완화토록 주택건설촉진법을 개정할 방침이다.  
9)리츠제도 도입과 건축법 시행령 개정으로 지은지 20년 된 아파트의 리모델링이 쉬워지는 오는 7월을 기점으로 리모델링 시장은 더욱 확대될 것이다 - 건설환경. 2001.5.23자 보도.

이에 대해 리모델링 시장규모는 <그림 2>에 보듯이 95년 6조8천억원에서 2001년 현재 10조5천억원 규모에 달하고 오는 2005년에는 14조3천억원, 2010년에는 20조7천억원 수준으로 늘어날 것으로 예상된다. 이는 지난 80년부터 95년까지 유지·보수에서 연평균 7.7%씩 성장한데 이어 최근 정부의 건축물의 에너지

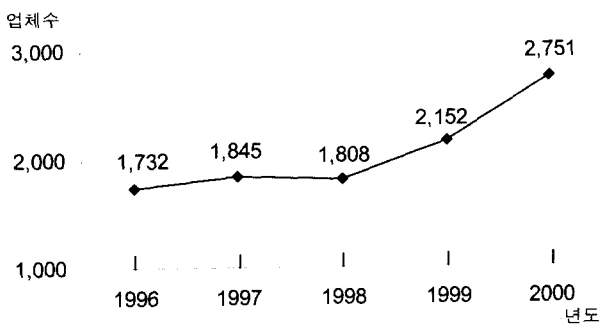


<그림 2> 리모델링 시장 규모

절약을 위한 금융지원 확대 및 리모델링 활성화를 위한 건축규제의 완화에 따라 높은 성장이 이루어질 전망이다. 또한 미국, 일본 등 선진국들도 리모델링에 대한 투자를 지속적으로 추진, 건설시장의 25~40%에 달하고 있어 우리나라도 2015년 이후 건설시장을 주도할 것으로 전망된다. 특히 2015년에는 리모델링이 재개발, 재건축과 함께 주택부문 내에서 중요 시장 영역으로 자리잡을 것이며 2025년에는 리모델링이 주택시장에서 주도적 역할을 담당해 전체 건설시장 규모의 35%이상을 차지할 것이라고 분석된다.<sup>10)</sup>

### 3. 국내 실내건축업계 현황 조사

대한전문건설협회에서 발표한 실내건축공사사업체의 면허등록 현황은 <그림 3>에서 보듯이 최근 5년간(1996년~2000년) 면허 등록 업체 수는 계속 증가하고 있다.



<그림 3> 연도별 면허 등록 현황

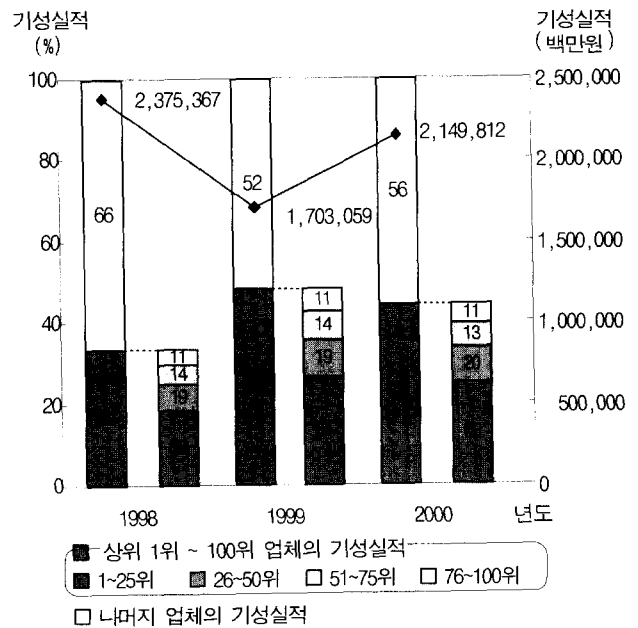
공식집계 외의 수치까지 고려하면 4,000개사 4조원이상의 시장으로 추정할 수 있다.

반면, <그림 4>에서 보듯이 최근 3년간(1998년~2000년)의 실내건축공사사업체의 기성실적을 조사한 결과 상위 1~100위 업

체가 평균적으로 실내건축공사업 면허를 가진 전체 기성실적의 42% 이상을 차지하고 있다. 더욱이 1~25위 업체가 1~100위 까지 실적의 50% 이상을 차지하고 있다.

한편 업체 수는 증가했으나 연도별 전체 실내건축공사사업체의 기성실적은 아직까지 97년 2조 3,754억원에 못 미치고 있다.

즉, 실내건축공사사업체의 경우 경쟁력 있는 소수의 기업들이 대다수의 공사를 점유하고 나머지 업체들은 한정된 물량 속에서 치열한 경쟁을 하고 있는 현황이다.



<그림 4> 실내건축공사업 기성실적

또한 부동산 시장의 개방으로 인해 우수한 자본 및 기술력을 지닌 외국업체들이 국내 부동산을 매입하고 리모델링 한 후 임대를 통한 고수익 사업을 전개하고 있다.

### 4. 설문분석

#### 4.1. 설문 대상

본 논문에서는 실내건축공사사업체의 리모델링 시장에 대한 현황 분석을 위해 설문조사를 실시하였다.

설문 대상은 1998년~2000년 실내건축공사업 시공능력 순위 상위 100위에 속한 업체 141개 업체를 대상으로 설문지를 배포하였는데, 이중 48개의 설문지가 회수되어 분석에 이용하였다.

설문에 응한 실내건축공사사업체에 대한 정보는 <표 1>과 같다.

10)윤영선, 리모델링 시장 개발 전략, 서울리모델링페어 국제세미나, 2001. 5.

<표 1> 설문대상 업체 정보

회사설립년도	자본금규모		고용인 수		시공능력	
설립년도	업체수	자본금	업체수	고용인수	업체수	시공능력
5년 이내	4	30억 이상	6	150인 이상	6	1~25위
10년 이내	12	25억 이상~30억 미만	5	120인 이상	4	26~50위
15년 이내	15	20억 이상~25억	2	80인 이상	4	51~75위
20년 이내	8	15억 이상~20억 미만	4	50인 이상	12	76~100위
25년 이상	5	10억~15억	8	20인 이상	22	
무답	4	10억 미만	23			
계	48	계	48	계	48	계

## 4.2. 분석항목

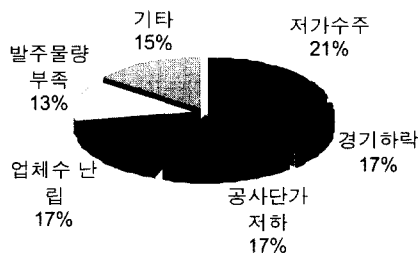
본 연구에서는 실내 건축업계 성장의 저해요인 및 인식, 현황, 리모델링의 문제점 및 개선방안, 경쟁력 확보방안 등에 대한 조사를 목적으로 설문조사를 실시하였다. 분석항목은 <표 2>와 같다.

<표 2> 분석 항목

분석내용	항목
성장저해 요인 및 인식	실내건축공사업체 성장 저해 요인
	리모델링 시장의 중요성
	고부가 가치 창출분야
실내건축 공사업체 현황	신축내장공사와 개축내장공사의 비율
	직영공사와 공종별 하도급 비율
	직영공사 기피원인
리모델링의 문제점 및 개선방안	리모델링 시 문제점
	리모델링 사업 추진 시 자사의 장점
	리모델링 시장 접근방향
경쟁력 확보방안	건설업체에 대한 실내건축공사 업체의 우위확보를 위한 요구사항
	건설업체와 경쟁 시 실내건축업체가 부족한 점
	향후 리모델링 추진 시 필요사항
	바람직한 계약방식
	저비용 고효율체계 구축 방법

## 4.3. 분석결과

### (1) 업체 성장 저해 요인

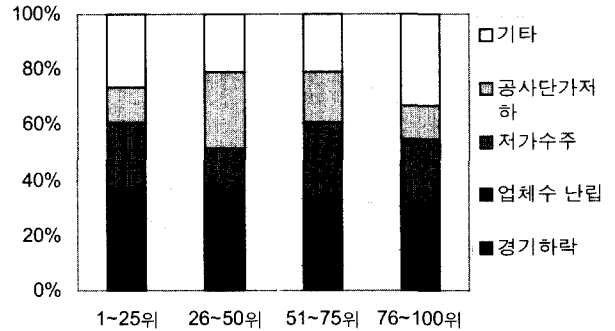


<그림 5> 업체 성장 저해 요인

최근 실내건축공사업체의 업체 성장 저해 요인에 관한 질문에 대해서는<그림 5>에서 보듯이 전체적으로는 첫째 저가수주 21%, 다음으로 경기하락, 공사단가 저하, 업체 수 난립이 주원인으로 나타났다.

<그림 6>와 같이 시공능력별로 보면 첫 번째의 성장저해요

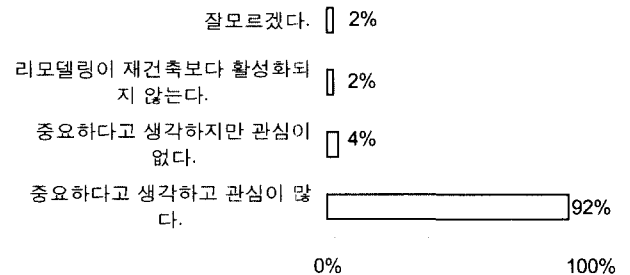
인에 대해서 1~25위는 경기하락으로, 76~100위는 기타로 조사되었다. 기타 항목으로는 자금난, 과다경쟁으로 인한 선투자, 은행 등 제도권 금융의 차별 관계, 계약 방법, 발주자의 반복 등이 있다.



<그림 6> 실내건축공사업체 시공능력별 업체 성장 저해요인

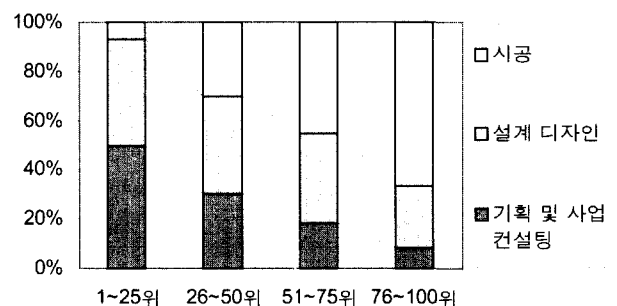
### (2) 리모델링 시장의 중요성

리모델링 시장 중요성에 대한 인식에 관한 조사에 대해서는 질문에 대답한 대부분의 업체들이 리모델링 시장이 중요하다고 생각하고 관심이 많다고 대답하였다.



<그림 7> 리모델링 시장 중요성에 대한 인식

### (3) 고부가 가치 창출분야



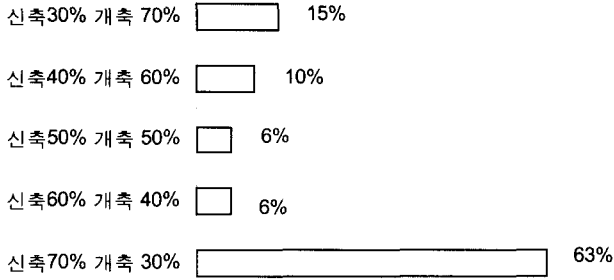
<그림 8> 실내건축공사업체 시공능력별 고부가가치 창출 분야

<그림 8>에서 보듯이 실내건축공사업체에서의 고부가가치를 창출하는 분야에 대한 질문에 있어서는 시공능력별로 분류하면, 고부가가치를 창출분야는 1~25위 그룹은 기획 및 사업 컨설팅으로 나타나고 100위로 갈수록 시공으로 나타나는 것을 현저히 볼 수 있다. 현재 실내 건축공사업체는 기획·설계·시

공을 병행하거나 입찰방식에 의한 시공전문을 주로 한다. 따라서, 조사된 실내디자인에 대한 고부가가치비율은 이러한 경향을 그대로 반영된 것으로 분석된다.

(4) 신축내장공사와 개축내장공사의 비율

시공능력 1~100위 업체에서는 신축내장공사와 개축내장공사의 비율에서는 신축부분이 많았다. 이는 실내건축공사업체의 1~100위 업체 그룹은 개·보수에 가까운 개축내장공사의 경험이 적다고 볼 수 있다.



<그림 9> 신·개축 비율

(5) 하도급 실태

직영 공사와 하도급의 비율은 하도급 70% 직영 30%가 47%로 가장 많았고, 하도급 60% 직영 40%(6%), 하도급 50% 직영 50%(13%), 하도급 30% 직영 70%(17%)으로 조사되었고, 특히 하도급 100%로 답한 업체도 있었다.

업체들이 직영공사를 기피하는 이유는 기능 인력 수급 부족(45%)이 가장 높았고, 관리비 증가(38%), 시공기술 부족(8%), 하자보수 부담(5%) 등으로 조사되었다.

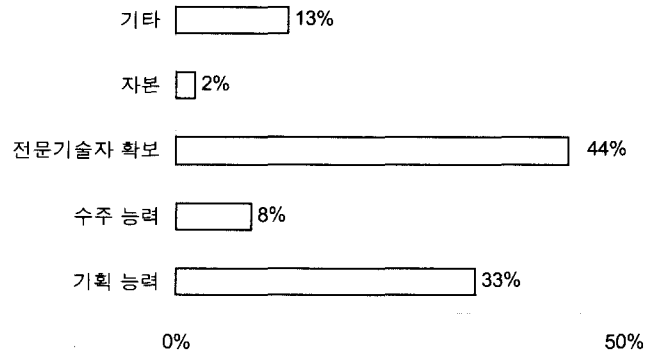
(6) 리모델링 시 문제점

리모델링 시 문제점으로는 <그림 10>에서 보듯이 예상치 못한 현장상황에 따른 시행자와의 마찰(34%), 조사 진단의 어려움(27%), 규제와 용도변경에 관한 건축법(22%), 수익성 적음(15%) 등으로 나타나고 있다.

(7) 리모델링 사업 추진 시 자사의 장점

리모델링 사업 추진 시 자사의 장점으로는 <그림 11>과 같이 많은 실내건축공사업체에서 전문기술자를 확보(44%)하고

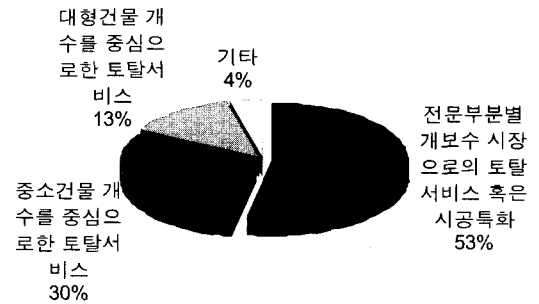
있다고 생각하고 기획능력(33%)을 두 번째로 꼽았다.



<그림 11> 자사의 장점

(8) 리모델링 시장 접근방향

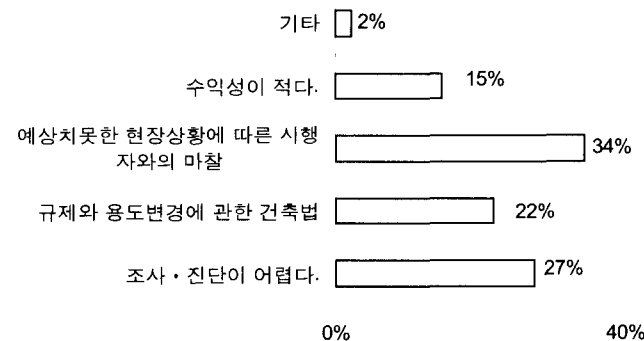
리모델링 시장 접근 방향으로는 전문부분별 개보수 시장으로의 토털서비스 혹은 시공특화(53%), 중소건물 개수를 중심으로한 토털서비스(30%), 대형건물 개수를 중심으로 한 토털서비스(13%), 기타(4%) 순으로 나타났다.



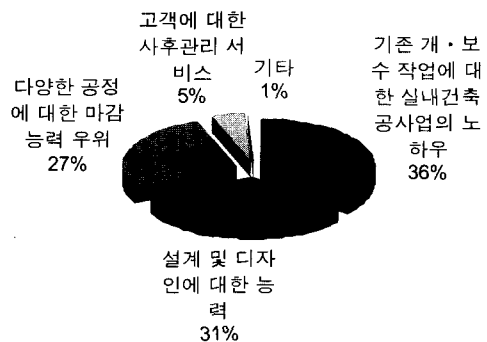
<그림 12> 리모델링 시장 접근 방향

(9) 건설업체에 대한 실내건축공사 업체의 우위확보를 위한 요구사항

건설업체에 대한 실내건축공사 업체의 우위를 확보하기 위해서는 기존 개·보수 작업에 대한 실내건축공사업체의 노하우(36%)를, 설계 및 디자인에 대한 능력(31%), 다양한 공정에 대한 마감(27%), 사후관리서비스(5%) 순으로 조사되었다.



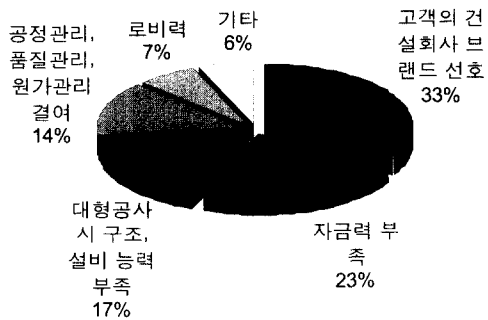
<그림 10> 리모델링 시 문제점



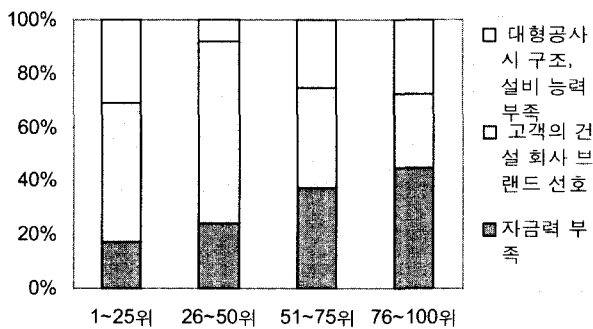
<그림 13> 요구사항

(10) 건설업체와의 경쟁 시 실내건축업체가 부족한 점

건설업체와 실내건축공사업체의 경쟁 시 실내건축업체가 부족한 점으로는 고객의 건설 회사 브랜드 선호(33%), 자금력 부족(23%), 대형공사 시 구조 설비 능력 부족 (17%)등으로 조사되었다. 실제로 리모델링 실시 후 건설회사에서는 자사 브랜드를 붙이겠다고 홍보하고 있다.



<그림 14> 부족한 점

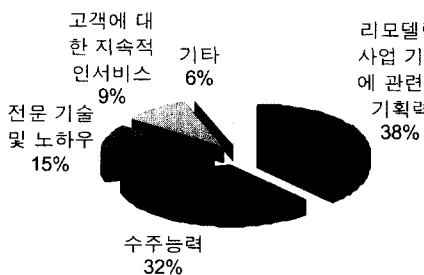


<그림 15> 실내건축공사업체 시공능력별 부족한 점

시공능력별로 분류하면 1~25위에서는 고객의 건설 회사 브랜드 선호를, 100위로 가까이 갈수록 자금력이 부족하다고 대답하였다.

(11) 향후 리모델링 추진 시 필요사항

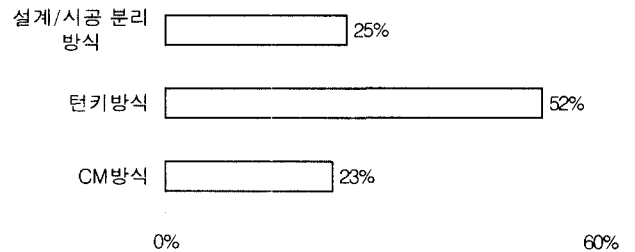
향후 리모델링 시장에서 지속적인 경쟁력을 확보하기 위해 필요사항으로는 리모델링 사업에 관한 기획력(38%), 수주능력(32%)이 중요하다고 조사되었다.



<그림 16> 향후 리모델링 추진 시 우선적으로 필요한 사항

(12) 바람직한 계약방식

바람직한 계약방식으로는 설계 및 시공을 같이하는 턴키방식(52%)을 선호하였고 설계/시공 분리 방식(25%), CM방식(23%)은 거의 같은 비율로 나타났다.

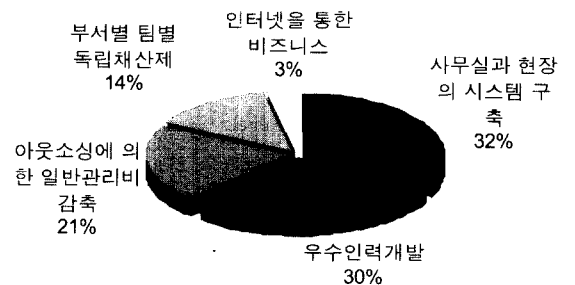


<그림 17> 바람직한 계약방식

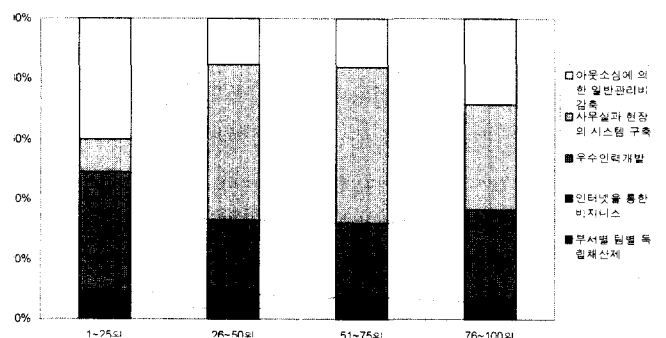
(13) 저비용 고효율체계 구축 방법

저비용 고효율체계 구축 방법으로는 사무실과 현장의 시스템 구축(32%), 우수인력개발(30%), 아웃소싱에 의한 일반관리비 감축(21%), 부서별 팀별 독립채산제(14%) 순으로 대답하였는데, 인터넷을 통한 비즈니스에 대해서는 많은 기대를 하지 않았다.

시공능력별로 1~25위까지는 우수인력개발을 가장 중요시 여겼고, 75~100위에서는 사무실과 현장의 시스템 구축으로 나타났다는데 이는 앞서 언급한 <그림 8>에서 보듯이 시공에 부가가치를 두고 이를 지원할 수 있는 방법에 중점을 두고 있는 것으로 분석된다.



<그림 18> 저비용 고효율체계 구축 방법



<그림 19> 실내건축공사업체 시공능력별 저비용 고효율체계 구축 방법

## 5. 결론

이상의 실내건축공사업체의 CEO의 설문조사에 의한 연구를 통해서 리모델링에 대한 인식 및 전략을 다음과 같이 몇 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 최근 실내건축공사업체의 성장 저해요인으로는 저가수주, 경기하락, 공사단가 저하, 업체 수 난립 등을 들 수 있다. 난립 방지 대책으로는 일정 수준의 규제에 의한 면허제도의 도입을 생각할 수 있다. 한편, 설문조사에 응한 실내건축공사업체 CEO 96%가 리모델링시장이 중요하다고 인식하고 있다.

둘째, 실내건축공사업체에서의 고부가가치를 창출하는 분야에 대해 1~25위 그룹은 기획 및 사업컨설팅으로 나타나고, 25~50위는 설계디자인을, 51위에서 100위로 갈수록 설계디자인보다는 시공을 선호하는 것으로 조사되었다. 즉 1~25위 그룹의 경우 기획 및 사업컨설팅에 부가가치를 두어 시공에 대한 메리트보다는 사업 초기단계의 참여에 중점을 두고 있으며 기획 설계에서 시공까지 낙찰되는 경우가 50%, 견적 입찰에 의한 수주가 50% 정도이다. 반면, 75~100위 그룹은 기술력, 자본력이 없어 기획 및 사업컨설팅에 대한 제안서를 내기 힘든 실정이고 지명입찰보다는 견적입찰에 의하여 수주를 하고 있다.

셋째, 실내건축공사업체의 시공능력 1~100위까지는 신축내장공사가 많아 리모델링에 가까운 개축내장공사에는 경험이 적고 수주활동에 노력하지 않는 걸 볼 수 있다. 이는 아직까지 신축내장공사에 비해 리모델링의 경우 공사 범위가 광범위하고, 설비, 구조 등 여러 분야의 전문가들의 참여가 요구되며, 무엇보다 수익성이 적다는 데 기인한 것으로 분석된다.

넷째, 리모델링 시 문제점은 예상치 못한 현장상황에 따른 시행자와 마찰, 조사진단의 어려움, 규제와 용도 변경에 관한 건축법, 수익성이 적음으로 나타났다. 한편, 리모델링 사업 추진 시 자사의 장점으로 전문기술자 확보, 기획능력을 중요하게 여겼다. 리모델링에서 디자인 계획을 수립하는 것은 신축과 유사하지만 리모델링은 기존 건물에 대한 평가/검증이 우선적이고 예비타당성 조사·분석이 선행되어야 한다. 리모델링 시장 접근 방향으로는 전문부분별 개보수 시장으로의 토털서비스 혹은 시공특화, 중소 건물 개수를 중심으로 한 토털서비스로 나왔다.

다섯째, 실내건축 공사업체가 건설업체와의 리모델링 시장에서의 경쟁시 장점은 기존 개·보수 작업에 대한 실내건축공사업체의 노하우, 설계 및 디자인에 대한 능력, 다양한 공정에 대한 마감, 철저한 사후관리서비스로 조사되었다. 반면 우려되는 부분은 고객의 건설회사 브랜드 선호, 자금력 부족, 대형공사 시 구조능력부족, 공정관리·품질관리·원가 관리의 결여 순으로 조사되었다

여섯째, 계약 방식으로는 턴키방식을 선호하였다. 턴키 방식은 시공 기술의 노하우를 설계 단계부터 참여하여 적용시킬 수 있는 장점이 있다.

향후 리모델링 시장에서 지속적인 경쟁력을 확보하기 위해 필요한 사항은 리모델링 사업에 관한 고객의 기획력, 수주능력, 전문기술 노하우를 중요하게 여겼다. 또한 저비용 고효율체계 구축 방법으로는 사무실과 현장의 시스템 구축, 우수인력개발, 아웃소싱에 의한 일반관리비 감축, 부서별 팀별 독립채산제로, 인터넷을 통한 비즈니스에서는 효율적인 면에서는 많은 기대를 하지 않았다. 이는 e-business의 경우 사업에서 성공하기 위해서는 업계의 신용이 필수적이고 무엇보다 고객의 인식이 바뀌어야 하므로 상당한 시간이 필요하기 때문이다.

현재 다양한 분야의 건설업체, 설계업체 및 부동산과 자재업체등이 전문 영역을 토대로 리모델링 시장을 공략하고 있다.

또한 자금력이 좋은 외국회사의 경우 국내 부동산 매입 후 리모델링하여 고수익을 올리고 있고 이를 통해 상당한 비율의 시장 점유를 확보할 것으로 예상된다. 이에 대응하기 위해서는 실내건축업체는 외국어 구사 능력이 있는 인재 개발은 물론 디자인회사, 금융회사, 개발회사등이 컨소시엄이 되어 대응력이 필요하다.

마지막으로 이러한 경쟁 속에서 실내건축공사업체가 경쟁우위를 확보하기 위해서는 차별화된 리모델링 시장 개발 전략이 필요하다.

## 참고문헌

1. 윤영선의 2인, 오피스 빌딩 리모델링 수요, 한국건설산업연구원, 2000.
2. 서종녀의 3인, 노후 아파트단지의 리모델링에 대한 기초적 연구, 대한건축학회 춘계학술발표대회 논문집 (계획계), pp.439~442, 2001.
3. 서후석, 리노베이션 영업 활성화를 위한 사업성/경제성 평가기술, 건축물 리노베이션 활성화를 위한 기술심포지움, 방용건설 기술연구소, 2000.
4. 송준희의 3인, 노후 공동주택 리모델링 활성화 시점 분석 대한건축학회 춘계학술발표대회 논문집 (계획계), pp.79~82, 2001.
5. 오희영, 리모델링 사업의 특성화 활성화 방안, 한국건설관리학회 학술발표대회 논문집, pp.389~408, 2000.
6. 윤영선, 건축물 리모델링 시장 개발 전략, 한국건설산업연구원, 2000.
7. 윤영선, 빌딩리모델링 시장의 개념과 전망, 빌딩경영소식 제8호, 2000.
8. 윤영선, 리모델링의 개념과 시장 전망, 한국건설관리학회 학술발표대회 논문집, pp.365~387, 2000.
9. 윤영선, 리모델링의 개념과 용어 정의, 한국건설산업연구원, 2000.
10. 윤영선의 2인, 오피스 빌딩 리모델링 수요 전망, 빌딩경영소식 제7호, 1999.
11. 이경화, 주택 리모델링의 마케팅 전략과 활성화 방안, 리모델링 연구회 제2차 연구 발표회 발표자료, 2000.
12. 조미란, 공동주택단지 리모델링 시장 개발 전략, 대한주택공사 주택연구소, 2000.
13. 허승희, 미국 리모델링 시장의 특성과 프로세스, 건설산업연구원 발표자료.
14. 한국건설산업연구원, 리모델링 사업 추진 절차, 리모델링 연구회 제4차연구발표회 발표자료, 2000.
15. 건설광장, 39~47호, 한국건설산업연구원, 1999~2000.

<접수 : 2001. 10. 31>